



**VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V BRNĚ**

BRNO UNIVERSITY OF TECHNOLOGY

**FAKULTA PODNIKATELSKÁ**

FACULTY OF BUSINESS AND MANAGEMENT

**ÚSTAV FINANCÍ**

INSTITUTE OF FINANCES

**NÁVRH PODNIKATELSKÉHO ZÁMĚRU PRO  
ZALOŽENÍ LETNÍ BASKETBALOVÉ ŠKOLY**

PROPOSAL OF A BUSINESS PLAN FOR THE FOUNDATION OF A SUMMER BASKETBALL SCHOOL

**BAKALÁŘSKÁ PRÁCE**

BACHELOR'S THESIS

**AUTOR PRÁCE**

AUTHOR

Nicole Skrovná

**VEDOUCÍ PRÁCE**

SUPERVISOR

Ing. Vladimíra Kučerová, Ph.D.

BRNO 2017

# Zadání bakalářské práce

Ústav:	Ústav financí
Studentka:	<b>Nicole Skrovná</b>
Studijní program:	Ekonomika a management
Studijní obor:	Účetnictví a daně
Vedoucí práce:	<b>Ing. Vladimíra Kučerová, Ph.D.</b>
Akademický rok:	2016/17

Ředitel ústavu Vám v souladu se zákonem č. 111/1998 Sb., o vysokých školách ve znění pozdějších předpisů a se Studijním a zkušebním řádem VUT v Brně zadává bakalářskou práci s názvem:

## Návrh podnikatelského záměru pro založení letní basketbalové školy

### Charakteristika problematiky úkolu:

Úvod  
Cíle práce, metody a postupy zpracování  
Teoretická východiska práce  
Analýza současného stavu  
Vlastní návrhy řešení  
Závěr  
Seznam použité literatury  
Přílohy

### Cíle, kterých má být dosaženo:

Cílem práce je zpracování návrhu podnikatelského plánu pro založení letní basketbalové školy na základě vyhodnocení podmínek na zvoleném trhu, včetně posouzení realizovatelnosti tohoto návrhu.

### Základní literární prameny:

ČERVENÝ, R. Business plán: krok za krokem. 1. vyd. Praha: C. H. Beck, 2014. 211 s. ISBN 978-8-7400-511-4.

HRDÝ, M. a M. KRECHOVSKÁ. Podnikové finance v teorii a praxi. Praha: Wolters Kluwer, 2013. ISBN 978-807478-011-0.

KORÁB, V., J. PETERKA a M. REŽŇÁKOVÁ. Podnikatelský plán. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2007. 216 s. ISBN 978-80-251-1605-0.

SRPOVÁ, J. a I. SVOBODOVÁ a kol. Podnikatelský plán a strategie. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2011. 194 s. ISBN 978-80-247-4103-1.

SRPOVÁ, J. a J. VEBER a kol. Podnikání malé a střední firmy. 3. vyd. Praha: Grada Publishing, 2012. 332 s. ISBN 978-80-247-4520-6.

Termín odevzdání bakalářské práce je stanoven časovým plánem akademického roku 2016/17

V Brně dne 28.2.2017

L. S.

---

prof. Ing. Mária Režňáková, CSc.  
ředitel

---

doc. Ing. et Ing. Stanislav Škapa, Ph.D.  
děkan

## **ABSTRAKT**

Bakalářská práce je návrhem podnikatelského záměru pro založení letní basketbalové školy pro děti. Předmětem podnikání je organizování sportovní činnosti. Práce je rozdělena do tří částí: teoretické, analytické a návrhové. Analytická část se zaměřuje na analýzu konkurenčního prostředí, sestavení marketingového mixu, kalkulace a rozpočtu. Návrhová část je vlastním zpracováním plánu na pořádání basketbalové letní školy, potřebné personální zabezpečení, programové, materiální zabezpečení a ekonomické zhodnocení návrhu na jeho pořádání.

## **ABSTRACT**

The bachelor's thesis is a suggestion of a business plan for establishing summer basketball school for children. A subject of business is organizing sport activities. The thesis is divided into three parts: theoretical, analytical and suggestion. Analytical part of the thesis is focused on the analyze of competitive environment, compilation of marketing mix, calculation and also budget of business plan. The suggestion is about the elaboration of business plan for establishing summer basketball school, employees, daily plan for children and also economic valuation of the plan for its implementation.

## **KLÍČOVÁ SLOVA**

podnikatelský záměr, živnost, sport, děti, basketbalová škola pro děti

## **KEYWORDS**

business plan, trade, sport, children, basketball school for children

## **BIBLIOGRAFICKÁ CITACE**

SKROVNÁ, N. *Návrh podnikatelského záměru pro založení letní basketbalové školy*. Brno: Vysoké učení technické v Brně, Fakulta podnikatelská, 2017. 61 s. Vedoucí bakalářské práce Ing. Vladimíra Kučerová, Ph.D..

## **ČESTNÉ PROHLÁŠENÍ**

Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je původní a zpracovala jsem ji samostatně. Prohlašuji, že citace použitých pramenů je úplná, že jsem ve své práci neporušila autorská práva (ve smyslu Zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském a o právech souvisejících s právem autorským).

V Brně dne 21. května 2017

.....

podpis studenta

## **PODĚKOVÁNÍ**

Ráda bych poděkovala vedoucí mé bakalářské práce Ing. Vladimíře Kučerové, Ph.D. za její odborné vedení, trpělivost a cenné rady poskytnuté během vypracování mé bakalářské práce.

# **OBSAH**

ÚVOD .....	11
1 CÍLE A METODIKA TVORBY PRÁCE .....	12
2 TEORETICKÁ VÝCHODISKA PRÁCE .....	13
2.1 Podnik .....	13
2.2 Podnikání .....	13
2.3 Podnikatel .....	13
2.4 Typy právních forem .....	14
2.4.1 Podnikání fyzických osob .....	14
2.4.1.1 Podmínky provozování živnosti .....	14
2.4.2 Podnikání právnických osob .....	15
2.4.2.1 Kapitálové společnosti .....	16
2.4.2.2 Osobní společnosti .....	16
2.5 Volba vhodné právní formy podnikání .....	17
2.5.1 Faktory ovlivňující výběr právní formy podnikání .....	17
2.6 Podnikatelský plán .....	18
2.6.1 Požadavky na podnikatelský plán .....	18
2.6.2 Druhy podnikatelských plánů .....	19
2.7 Struktura podnikatelského plánu .....	20
2.7.1 Titulní list .....	20
2.7.2 Obsah .....	20
2.7.3 Exekutivní souhrn .....	20
2.7.4 Analýza okolního prostředí .....	20
2.7.4.1 Makroprostředí .....	21
2.7.4.2 Mikroprostředí .....	21
2.7.5 Analýza potenciálních trhů .....	22



2.7.6	Analýza konkurence .....	22
2.7.7	SWOT analýza.....	23
2.7.8	Marketingová a obchodní strategie.....	24
2.7.9	Realizační projektový plán .....	25
2.7.10	Finanční plán.....	25
2.7.10.1	Rozvaha .....	25
2.7.10.2	Výkaz zisků a ztrát.....	26
2.7.10.3	Výkaz peněžních toků (Cash-flow) .....	26
2.7.10.4	Bod zvratu.....	26
2.7.10.5	Návratnost investic .....	27
2.7.11	Přílohy.....	27
2.8	Zdroje financování.....	27
2.8.1	Vnitřní zdroje financování.....	28
2.8.2	Vnější zdroje financování .....	28
2.8.3	Dotace .....	28
2.8.3.1	Přímé dotace .....	28
2.8.3.2	Nepřímé dotace .....	29
2.8.4	Sponzoring.....	29
2.9	Basketbal.....	30
2.9.1	Charakteristika vývojového období.....	30
3	ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU.....	32
3.1	SWOT analýza.....	32
3.2	Analýza konkurence .....	33
3.3	Průzkum trhu.....	33
3.3.1	Hodnocení dotazníku .....	34
4	VLASTNÍ NÁVRHY .....	40
4.1	Organizační plán .....	40

4.2	Marketingový plán.....	41
4.2.1	Produkt (product).....	41
4.2.1.1	Vzorový týdenní program.....	41
4.2.1.2	Strava .....	44
4.2.2	Cena (price).....	44
4.2.3	Místo (place).....	45
4.2.4	Propagace (promotion) .....	45
4.3	Sponzoring .....	46
4.4	Finanční plán.....	46
4.4.1	Kalkulace .....	46
4.4.2	Předběžná kalkulace .....	46
4.5	Plány do budoucnosti.....	50
4.6	Hodnocení rizik.....	51
	ZÁVĚR .....	53
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY .....	55
	SEZNAM TABULEK .....	58
	SEZNAM GRAFŮ .....	59
	SEZNAM OBRÁZKŮ.....	60
	SEZNAM PŘÍLOH.....	61

## ÚVOD

Tématem bakalářské práce je založení letní basketbalové školy pro děti. Toto téma je velmi aktuální vzhledem k dnešní „počítačové“ době, kde děti sedí jen celé dny u počítačů a vůbec se nevěnují sportu. Basketbal jako sport má ve městě Olomouc velké zastoupení v počtu klubů, hráčů a trenérů. Oblíbenost těchto letních aktivit v naší republice roste, a proto jsem se rozhodla pro podnikatelský záměr na založení basketbalové letní školy.

Basketbal je nenáročný sport vzhledem k vybavení, které je potřebné k tomuto sportu. Do základní výbavy patří basketbalové boty, trenýrky a triko. Základy tohoto sportu jsou vyučovány i na základních školách v rámci Tělesné výchovy.

Velice důležitým faktorem není pouze oslovit děti, ale především zaujmout i jejich rodiče s nabídkou letní basketbalové školy. Rodiče tvoří zákazníky, díky kterým je možné vše uspořádat. Bez jejich finanční podpory by nebylo možné tento plán uskutečnit. Podmínkou tedy je vytvořit takový program, který nadchne jak děti různé věkové kategorie, tak i rodiče.

Dané téma jsem si zvolila proto, že basketbal hraji už od svých 9 let a v basketbalovém prostředí se vyznám. Z vlastní zkušenosti vím, co dětem taková letní basketbalová škola může přinést a jaká to pro ně bude zkušenost. Najdou si zde nové kamarády, získají nové zkušenosti od zkušených hráčů, které dříve mohli vidět pouze na televizních obrazovkách, a získají mnoho nových zážitků.

# **1 CÍLE A METODIKA TVORBY PRÁCE**

Hlavním cílem bakalářské práce je sestavení návrhu podnikatelského záměru pro pořádání letní basketbalové školy pro děti ve věku od 7 do 14 let v Olomouckém kraji, přesněji ve městě Olomouc.

Pro splnění hlavního cíle práce je nutné splnit tyto dílčí úkoly práce:

- Zpracování teoretického rámce,
- Zajistit financování projektu,
- Sběr informací z ankety,
- Zpracování kompletního denního programu,
- Zpracování podnikatelského záměru,

## **Metodika bakalářské práce**

Základem práce je zpracování teoretických podkladů pro vypracování bakalářské práce, na základě literární rešerše aktuálních zdrojů vztahujících se k řešené problematice. K posouzení aktuální situace na zvoleném trhu, byly využity analýzy a vlastní průzkum ve formě dotazníkového šetření. Konkrétně byly zpracovány analýzy konkurence, SWOT analýza a analýza rizik.

Samotný návrh podnikatelského plánu reaguje na výsledky provedených analýz a je snahou o nejlepší možné řešení.

## 2 TEORETICKÁ VÝCHODISKA PRÁCE

### 2.1 Podnik

Podnikem: „Se rozumí soubor hmotných, jakož i osobních a nehmotných složek podnikání. K podniku náleží věci, práva a jiné majetkové hodnoty, které patří podnikateli a slouží k provozování podniku nebo vzhledem ke své povaze mají tomuto účelu sloužit“(30).

### 2.2 Podnikání

„Podnikáním se rozumí soustavná činnost prováděná samostatně, vlastním jménem, na vlastní odpovědnost a za účelem dosažení zisku“(1).

### 2.3 Podnikatel

„Kdo samostatně vykonává na vlastní účet a odpovědnost výdělečnou činnost živnostenským nebo obdobným způsobem se záměrem činit tak soustavně za účelem dosažení zisku, je považován se zřetelem k této činnosti za podnikatele“(2).

Dle obchodního zákoníku je podnikatelem:

- „Osoba zapsána v obchodním rejstříku“,
- „Osoba, která podniká na základě živnostenského oprávnění“,
- „Osoba, která podniká na základě jiného než živnostenského oprávnění podle zvláštních předpisů“,
- „Fyzická osoba, která provozuje zemědělskou výrobu a je zapsána do evidence podle zvláštního předpisu“(3).

## 2.4 Typy právních forem

V České republice máme dvě právní formy podnikání:

- podnikání fyzických osob,
- podnikání právnických osob (1).

### 2.4.1 Podnikání fyzických osob

Podnikání fyzických osob může být založeno na základě živnostenského oprávnění, dále se jedná o osoby zapsané v obchodním rejstříku či soukromě hospodařící zemědělce (30).

Živnosti se dělí na:

- **Ohlašovací živnosti** – vzniká podáním písemného ohlášení u příslušného živnostenského úřadu. Podle požadované odborné způsobilosti se dále mohou ohlašovací živnosti dělit na:
  - a) **řemeslné** – podmínkou pro vykonávání živnosti je za potřeby vlastnit výuční list, maturitu v daném oboru, diplom v daném oboru nebo šestiletou praxi,
  - b) **vázané** – podmínkou je prokázání odborné způsobilosti stanovené živnostenským zákonem,
  - c) **volné** – není zde potřeba žádné odborné způsobilosti (5).
- **Koncesované živnosti** – provozování této živnosti je možné pouze na základě státního povolení (**koncese**). Mezi koncesované živnosti patří zásadně obory, u kterých je riziko ohrožení zdraví, života a majetku (5).

#### 2.4.1.1 Podmínky provozování živnosti

Mezi všeobecné podmínky provozování živnosti zejména patří:

- „*dosažení 18 let*“,
- „*způsobilost k právním úkonům*“,
- „*trestní bezúhonnost*“

- „skutečnost, že fyzická osoba, pokud na území České republiky podniká nebo podnikala, nemá na svém osobním účtu evidovány daňové nedoplatky z tohoto podnikání“,
- „skutečnost, že fyzická osoba, pokud na území České republiky podniká nebo podnikala, nemá nedoplatky na platbách pojistného na sociální zabezpečení a příspěvku na státní politiku zaměstnanosti“,
- „skutečnost, že fyzická osoba, pokud na území České republiky podniká nebo podnikala, nemá nedoplatky na pojistném na veřejném zdravotním pojištění“(6).



Obr. 1: Porovnání forem podnikání.

(Zdroj: <http://www.penize.cz/podnikani/225028-zaciname-podnikat-fyzicka-nebo-pravnicka-osoba>)

#### 2.4.2 Podnikání právnických osob

Jako další formu podnikání je možné zvolit podnikání právnických osob. Ovšem zahájení podnikatelské činnosti je mnohem administrativně náročnější než živnostenské podnikání a v mnoha případech se také vyžaduje složení základního kapitálu.

Založení podnikatelské činnosti vzniká dnem zápisu do obchodního rejstříku a jeho nedílnou součástí je sepsání společenské smlouvy. Společnosti se dělí na dva typy, a to

na kapitálové a osobní. Mezi osobní společnosti patří veřejná obchodní společnost a komanditní společnost. Společnost s ručením omezeným a akciová společnost patří mezi kapitálové společnosti (8).

#### **2.4.2.1 Kapitálové společnosti**

Společnosti, které mohou mít pouze jednoho zakladatele, a to i v důsledku soustředění všech podílů v jeho rukou (9).

Existují dva typy kapitálových společností:

1. Společnost s ručením omezeným (zkratka spol. s r. o. nebo s. r. o.)
2. Akciová společnost (zkratka akc. spol. nebo a. s.)

Společnost s ručením omezeným může být založena jedním společníkem, nejvýše však 50 společníky. Ti za závazky společnosti ručí pouze do výše součtu nesplacených vkladů. Výše základního kapitálu je nyní pouze 1 koruna. Oproti minulosti nemá každý společník jen jeden podíl, ale může jich mít několik (10).

Akciovou společnost může založit jedna právnická osoba nebo dva a více společníků. Povinný základní kapitál společnosti je ve výši 2 000 000 korun bez veřejné nabídky akcií a minimálně 20 000 000 korun s veřejnou nabídkou akcií. Akciovou společnost tvoří 3 základní orgány – valná hromada, představenstvo a dozorčí rada. Je zde možnost vytvořit pouze valnou hromadu a k ní správní radu doplněnou o statutárního ředitele (10).

#### **2.4.2.2 Osobní společnosti**

U osobních společností zpravidla patří účast na řízení společnosti, ale také neomezené ručení společníka za závazky společnosti. Tyto společnosti většinou nedisponují příliš vysokým kapitálovým vybavením. Český právní řád rozlišuje dvě právní formy osobních společností:

1. Veřejná obchodní společnost (zkratka veř. obch. spol. nebo v. o. s.)



## 2. Komanditní společnost (zkratka kom. spol. nebo k. s.)

Obě právní formy podnikání mají společnou podmínku založení alespoň dvěma společníky. U veřejné obchodní společnosti se společníci podílejí jak na řízení, tak na ručení za závazky společnosti a to neomezeně. U komanditní společnosti se na řízení podílí osoby komplementářů, kteří také ručí neomezeně. Komanditisté musí podle společenské smlouvy zaplatit vklad, do jehož výše ručí, na řízení společnosti se však nepodílejí (8).

### 2.5 Volba vhodné právní formy podnikání

Jednou z nejpodstatnějších součástí podnikatelského záměru je „správný“ výběr právní formy podnikání. Tato volba by měla být důkladně promyšlená, jelikož z ní v budoucnu budou neustále plynout povinnosti, jak daňové, tak právní i administrativní.

#### 2.5.1 Faktory ovlivňující výběr právní formy podnikání

Mezi hlavní faktory patří zaprvé **počet zakladatelů**, protože tento fakt zcela zásadně ovlivňuje výběr právní formy podnikání. Společnost s ručením omezeným a živnost může založit již jedna fyzická osoba. Akciovou společnost může založit také pouze jedna osoba, ale musí to být buď právnická osoba, nebo dvě fyzické osoby. U veřejné obchodní společnosti a komanditní společnosti musí být minimálně dvě zakládající osoby (4).

Dalším faktorem je **způsob a rozsah ručení**, jelikož na tomto kritériu závisí riziko podnikání. Rozlišují se dva typy ručení:

- **omezené ručení** – majitelé společností ručí pouze do výše svého nesplaceného vkladu a majetkem podniku,
- **neomezené ručení** – majitelé ručí celým svým majetkem, tj. majetkem podniku, ale i osobním majetkem (4).

Dalším rozhodujícím faktorem je stanovení minimální **výše základního kapitálu**. U živnostníka a veřejné obchodní společnosti není stanoveno, ale u ostatních je minimální výše stanovena. U společnosti s ručením omezeným je minimální výše vkladu nejmenší a to ve výši 1 Kč, u komanditní společnosti je vklad povinný pouze u komanditisty a činí 5 000 Kč a v poslední řadě akciová společnost, kde je výše vkladu stanovena v hodnotě 2 000 000 Kč, kde částka je rozvržena na určitý počet akcií (4).

Posledním rozhodujícím faktorem je **administrativní náročnost a rozsah výdajů**. Zde se liší podmínky, za kterých podnik vzniká. Z praxe bývá v oblasti zakládání společností nejnáročnější akciová společnost (4).

## **2.6 Podnikatelský plán**

Podnikatelský plán je definován jako „*písemný materiál zpracovaný podnikatelem, popisující všechny klíčové vnější i vnitřní faktory související se založením i chodem podniku*“. Jestliže se naskytne podnikatelská příležitost, kterou je možné zrealizovat, bude první krokem přenesení myšlenek do písemné podoby (11).

### **2.6.1 Požadavky na podnikatelský plán**

Vypracovaný podnikatelský plán by měl:

- být přehledný a stručný – v případě plnohodnotného plánu by plán neměl přesáhnout délku padesáti stran, spolu s vizuálně kvalitním zpracováním a správným grafickým uspořádáním může působit profesionálně a vzbudit zájem,
- být jednoduchý – autor by se neměl zabývat příliš technickými detaily, investor má zájem zpravidla o ekonomickou část, proto by měla být na rozdíl od technické nejpodrobnější,
- ukázat výhody výrobku nebo služby,
- orientovat se na budoucnost – nezaobírat se příliš úspěchy firmy v minulosti, ale využít prognózy a tržní trendy k důkladnému rozpracování cílů,
- být věrohodný a realistický - uplatnit pravdivá a nezkreslená data, popsat konkurenci, apod.

- nebýt příliš optimistický, ale ani příliš pesimistický – nadměrné optimistické vyhlídky mohou naznačit opomenutí důležitých vlivů na působení podniku či přeceňování vlastních možností, příliš mnoho pesimismu působí naopak nesebejistě,
- nezakrývat slabá místa a rizika projektu – pečlivé zpracování analýzy rizik a krizového plánu zobrazí připravenost podniku,
- podtrhnout konkurenční výhody projektu, silné stránky firmy a kompetence manažerského týmu – ukázat, čím je podnik odlišný od ostatních,
- prokázat způsobilost firmy dostát svým závazkům, hlavně při žádosti o bankovní úvěr,
- prokázat, že investor znovu nabyde své prostředky s patřičným zhodnocením,
- být vyhovující po formální stránce (12).

### 2.6.2 Druhy podnikatelských plánů

Podnikatelský plán si nemusí nutně sestavit pouze začínající podnikatel. Příležitostí může být hned několik, například rozhodování o nové investici již existujícího podniku, apod. Z tohoto ohledu se mohou podnikatelské plány rozdělit na (13):

1. **Start-up plány** – plány pro založení živnosti i větších podniků. Plány živnostníků bývají většinou jednodušší a méně propracované. Začínající větší podniky si často nechávají zpracovávat plány i externí profesionální firmou.
2. **Plány pro růst podniku** – řadí se zde plány pro přežití a růst podniku. Záleží na tom, v jaké životní fázi se cyklus nachází.
3. **Turnaround plány** – z vnitřního či vnějšího prostředí podniku přicházejí signály krize. Smyslem tohoto plánu je získat podniku zpět prosperitu nebo řízeně ukončit jeho činnost.
4. **Studie proveditelnosti** – před zahájením prací na projektu je vhodné zjistit průzkumem, zda je projekt vůbec životaschopný a rentabilní (13).

## **2.7 Struktura podnikatelského plánu**

Dnešní literatura nabízí mnoho podob podnikatelských plánů. Obsah podnikatelského plánu je však pro jakýkoli podnik originální a specifický, ale svou organizací by měl vycházet z obecného základu.

Podnikatelský plán neslouží jako dokument pro nabytí cizího kapitálu. Dokument vznikne pro vlastní potřeby jako prostředek, který by měl pomoci s vytyčením cílů a ujasněním si vize a posláním firmy. Tato skutečnost určuje přednosti, podle kterých se budou čerpat důležité informace.

### **2.7.1 Titulní list**

V titulním listu se uvádí obchodní název a logo firmy, dále také sídlo firmy, název podnikatelského plánu a jména jeho zástupců. Doporučuje se také uvést prohlášení, ke kterému se vztahují autorská práva (13).

### **2.7.2 Obsah**

Je důležitou součástí pro jednodušší orientaci v podnikatelském plánu. Pro lepší přehlednost obsahu plánu se uvádí pouze nadpisy první, druhé a třetí úrovně (13).

### **2.7.3 Exekutivní souhrn**

V této části je důležitá největší pozornost. Exekutivní souhrn obsahuje stručné shrnutí nejdůležitějších aspektů podnikatelského plánu – hlavní myšlenka, očekávání, silné stránky a finanční plán, který zahrnuje výhled na několik let dopředu (14).

### **2.7.4 Analýza okolního prostředí**

Tato strategická analýza umožní firmám poznat vlivy, které na ně působí. Důležité je se zabývat různorodostí vlivů, ale i identifikováním klíčových sil. Vnější prostředí se rozkládá ve 3 úrovních, kde se prostřední a vnitřní kruh týká oborového prostředí, neboli mikroprostředí, a vnější kruh na rozdíl od předchozích odkrývá obecné okolí, neboli makroprostředí (15).

### 2.7.4.1 Makroprostředí

Do makroprostředí se řadí čtyři základní faktory. Faktory jsou politické, ekonomické, sociální a technologické. Obecně nazýváme jako PEST analýza, ale v dnešní době už je tato analýza obvyklejší s dvěma doplňujícími faktory. První faktor představuje legislativu a patří sem například vlivy národní, mezinárodní nebo evropské legislativy. Do druhého faktoru řadíme ekologii a problémy spojené s životním prostředím na lokální, národní a mezinárodní úrovni (16).

Tab. 1: Analýza PESTLE.

<b>Politické faktory</b>	<b>Ekonomické faktory</b>	<b>Sociální faktory</b>
Postoj vlády k firmám	Velikost a vlastnosti trhů	Demografický vývoj
Míra korupce a lobbingu	Kapitálové toky	Životní styl
Pracovní právo a daňová politika	Magický čtyřúhelník	Důchodová politika
Stabilita vlády a měnová politika	Množství peněz v oběhu	Úroveň vzdělání
<b>Technologické faktory</b>	<b>Legislativní faktory</b>	<b>Ekologické faktory</b>
Podpora vlády v oblasti výzkumu	Zákony a vyhlášky země	Obnovitelné zdroje energie
Nové technologie	Mezinárodní legislativa (EU)	Ochrana životního prostředí
Rychlost zastarávání	Regulace	Nakládání s odpady

(Zdroj: Vlastní zpracování podle (16))

### 2.7.4.2 Mikroprostředí

U analýzy mikroprostředí je velmi důležité charakterizovat cílový trh, na který se daný subjekt chystá vstoupit. V první řadě je potřeba rozebrat:

- **zákazníka** – každý zákazník se liší ve svých preferencích a má velmi odlišná očekávání. Nejprve se vychází z toho, že si potenciální zákazník cestu sám nenajde, trh je totiž velice zaplavený konkurencí. Významným krokem pro získání zákazníka je zapotřebí mít kvalitní marketingový plán (11).
- **dodavatele** - jedná se o běžnou spolupráci s dodavateli, která je podložena dobrými dodavatelskými smlouvami a také dobrými osobními vztahy. Hlavní dodavatele je potřeba stále hodnotit a celý proces strategicky řídit, protože mohou mít velký vliv na náš hospodářský výsledek (11).

- konkurenta - analýza konkurence pro naše podnikatelské uvažování je velmi důležitá. Jedná se o stále trvající soutěž s konkurencí a každodenní boj o zákazníka. Hlavním úkolem je přesvědčit zákazníka, že právě ten náš produkt je jedinečný (11).

### **2.7.5 Analýza potenciálních trhů**

Nejdůležitějším ukazatelem k provedení podnikatelského plánu je analýza trhu, na který chceme vstoupit. Na prvním místě při provádění analýzy je analýza konkurenčního prostředí. Najdou se zde informace o konkurenčních firmách včetně jejich slabých a silných stránek, ale také i možností, jak by mohli naši firmu ovlivnit. Dalším neméně důležitým faktorem analýzy je segmentace trhu, která se zaměřuje na zákazníky (11).

### **2.7.6 Analýza konkurence**

Při analyzování konkurence je podstatné definovat odvětví, v kterém podnik působí. Pro určité odvětví jsou typické podobné nebo stejné znaky produktů a služeb, se kterými podniky obchodují (15).

Při analýze konkurence Keřkovský doporučuje odpovědět na následující otázky:

- „*Jaká je naše současná pozice mezi konkurenčními podniky?*“
- „*Jaké změny v konkurenci nastávají a kam se vyvíjí?*“
- „*V jaké fázi životního cyklu jsou naše nejvýznamnější produkty?*“
- „*Jaká je výnosnost našeho odvětví oproti jiným podobným odvětvím?*“
- „*Vstupují nebo opouštějí náš obor konkurenti?*“ (15)

V další fázi se určí podrobnější analýza podniků, které představují největší hrozbu (konkurenci). Pro určení správné strategie je zapotřebí seskupit všechny podstatné informace o konkurenci. Nejčastěji používanou strategií je Porterova analýza konkurenčního prostředí, kterou znázorňuje následující obrázek č. 2 (15).



Obr. 2: Porterova analýza 5 sil.

(Zdroj: Vlastní zpracování podle - <http://www.businessvize.cz/planovani/porterova-analyza-5-sil-vam-prozradi-co-ovlivni-vas-business>)

### 2.7.7 SWOT analýza

SWOT analýza je využívána při tvorbě podnikové strategie k identifikaci silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb podniku. Vnitřní faktory zahrnují silné a slabé stránky, které vytváří nebo snižují vnitřní hodnotu podniku. Vnější faktory (příležitosti a hrozby) jsou podnikem těžko ovlivnitelné. Tyto faktory je možné předem identifikovat pomocí vhodné analýzy a předcházet jim (18).

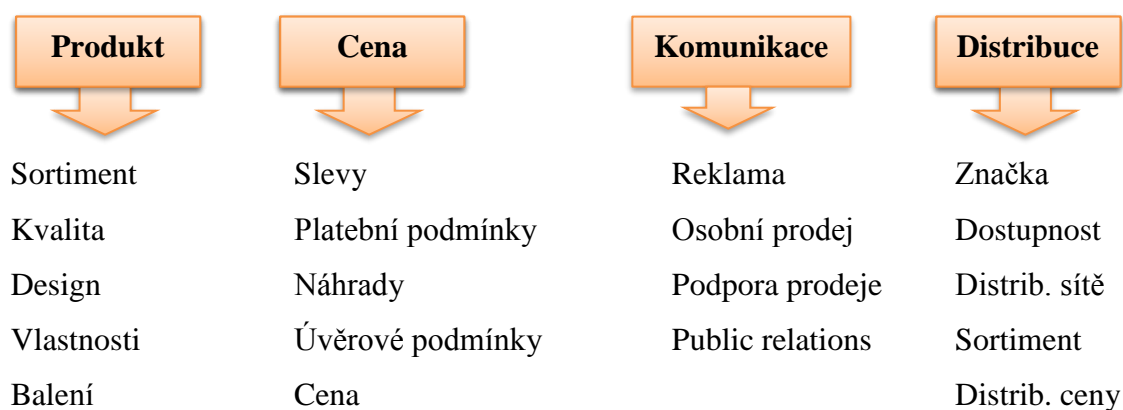
Název SWOT analýza vznikl z počátečních písmen názvů jednotlivých faktorů:

- **S** – Strengths (silné stránky);
- **W** – Weaknesses (slabé stránky);
- **O** – Opportunities (příležitosti);
- **T** – Threats (hrozby) (18).

### 2.7.8 Marketingová a obchodní strategie

Marketingová strategie je proces, jehož cílem je vytvořit si renomé, image značky, postavení na trhu a jiné aspekty za pomoci různých marketingových nástrojů, které jsou velmi důležité z hlediska konkurenčního prostředí. Základním prvkem marketingové strategie je členění trhu dle stanovených kritérií, výběr cílové skupiny zákazníků a odlišení se od konkurence nějakou vzácností, která přiláká zákazníka (19).

Dále pak přichází marketingový mix, který se nazývá model 4P (Product, Price, Place, Promotion). Každá skupina marketingového mixu představuje specifické položky, které jsou vidět na následujícím obrázku č. 3 podle Foreta (19).



Obr. 3: Model 4P.

(Zdroj: Vlastní zpracování podle – <http://www.sunmarketing.cz/nastroje/slovník/marketingovy-mix>)

Obecné vlastnosti marketingové strategie určují racionální strukturu. Díky její pomoci se vyjasní marketingové cíle a zaměří se na marketingové nástroje, které budou odpovídat našim možnostem při zachování maximální efektivity. Marketingová strategie je výsledkem marketingového průzkumu, podle kterého se budeme dále řídit (19).

### Obsahový marketing

Obsahový marketing si s příchodem sociálních sítí získal svou oblibu a patří mezi velmi významné marketingové nástroje. V dnešní době ho používá mnoho podniků i v České



republice s cílem získat si důvěru zákazníka a zároveň na jeho důvěře profitovat. Content Marketing Institute (dále jen CMI) je mezinárodní agentura, která se zabývá obsahovým marketingem. CMI definuje obsahový marketing jako: „*Strategický marketingový přístup zaměřený na tvorbu a publikování kvalitního, relevantního a užitečného obsahu, který se orientuje na získání důvěry určité cílové skupiny. Je to forma nenuceného marketingu, která vede ke zlepšení obchodních výsledků firmy* (20).“

### **2.7.9 Realizační projektový plán**

K časovému rozvržení je nutné sestavit realizační projektový plán. Je nepostradatelný zejména vůči návaznosti jednotlivých aktivit a pro zachování určité posloupnosti. Výstižnou pomůckou může být Ganttův diagram, který se mnohdy používá v projektovém managementu. Za pomoci Ganttova diagramu je možné sledovat, které aktivity a v jaké fázi se nachází a lze z něj sledovat celkovou délku trvání projektu (21).

### **2.7.10 Finanční plán**

Při zakládání podniku se finanční plán promítá zejména v zakladatelském rozpočtu, který obsahuje zřizovací náklady, náklady na nákup dlouhodobého hmotného majetku a ostatní náklady (např. na propagaci). Velice důležitým prvkem je sestavení zakladatelského rozpočtu, ale i sestavení odhadu měsíčních výdajů. Jsou zde promítány provozní a mzdové náklady v počáteční době, kdy podnik ještě nevykazuje zisk (22).

#### **2.7.10.1 Rozvaha**

Rozvaha (balance) je účetní výkaz zachycující stav hospodářských prostředků (aktiv) a zdrojů jejich krytí (pasiv). Základní vztah mezi aktivy a pasivy je součet na obou stranách, který se musí rovnat. Pomocí rozvahy je možné sledovat například ukazatele likvidity podniku, který je především důležitý pro naše dodavatele. Ukazatel zadluženosti pro změnu stanovuje stabilitu podniku ve vztahu cizího kapitálu k zbytku rozvahy (23).

#### 2.7.10.2 Výkaz zisků a ztrát

Poskytuje informace o výsledku hospodaření podniku. Jestliže jsou celkové výnosy vyšší než celkové náklady, v hospodářském výsledku se zaznamenává přebytek - projevuje se příbytkem aktiv nebo také úbytkem pasiv. Za pomoci rozvahy a výkazu zisků a ztrát je možné vypočítat ukazatele rentability (23).

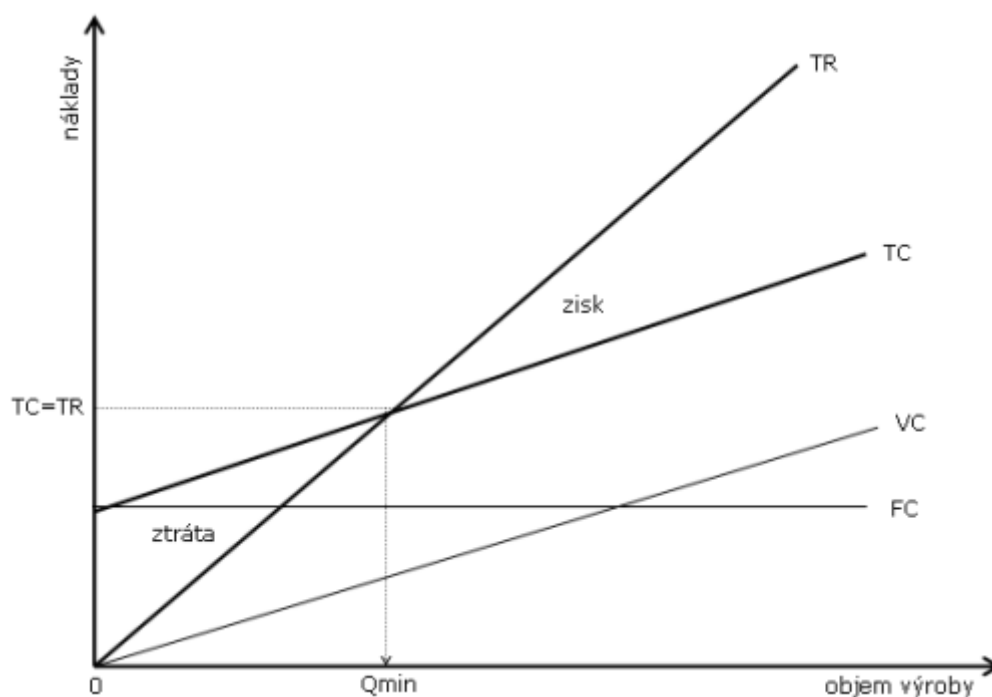
#### 2.7.10.3 Výkaz peněžních toků (Cash-flow)

Ve výkazu Cash-flow je zaznamenán pohyb všech příjmů a výdajů podniku (23).

Dva základní ekonomické vzorce výkonnosti jsou využívány pro odhadnutí budoucího vývoje (24).

#### 2.7.10.4 Bod zvratu

Je okamžik, při kterém celkové tržby z objemu produkce kryjí celkové náklady. Ukazatel bodu zvratu je jedním z klíčových prvků pro finanční řízení a plánování (24).



Obr. 4: Bod zvratu.

(Zdroj: Vlastní zpracování podle - [http://nop.topsid.com/pictures/cviceni\\_2/bod\\_zvratu.png](http://nop.topsid.com/pictures/cviceni_2/bod_zvratu.png))

### **Výpočet bodu zvratu:**

$TR = TC \quad Z = 0$                       Nastává tehdy, když se celkové náklady rovnají tržbám.

Platí, že  $TC = FC + VC$

Kde  $TC$  = celkové náklady,  $FC$  = fixní náklady a  $VC$  = variabilní náklady

Variabilní náklady na jednotku produkce můžeme vyjádřit jako podíl celkových variabilních nákladů a  $Q$ , kde  $Q$  udává množství produkce.

$$V_j = VC/Q$$

Tržby jsou definovány jako součin množství produkce ( $Q$ ) a ceny ( $p$ ).

$$TR = p * Q \quad (11).$$

### **2.7.10.5 Návratnost investic**

Výpočet návratnosti investic je důležitý předpoklad pro úspěch při investování. Kromě těchto výpočtů je také důležitou podstatou správné odhadnutí rizika. Výsledek návratnosti investice se udává v procentech (11).

**Návratnost investice v %** =  $((\text{čistý zisk} - \text{počáteční investice}) / \text{počáteční investice}) * 100$

### **2.7.11 Přílohy**

Do příloh vkládáme detailnější a doplňující informace. Jsou to například fotografie, ocenění, certifikáty, smlouvy, výpis z obchodního rejstříku, povolení a další (14).

## **2.8 Zdroje financování**

K financování podniku se mohou použít dva druhy zdrojů peněžních prostředků, a to buď vnější (externí) nebo vnitřní (interní) zdroje (14).

### 2.8.1 Vnitřní zdroje financování

Vnitřní (interní) zdroje financování získává podnik vlastní vnitřní činností. Interním zdrojem je například zisk po odvodech, výplatě podílů společníkům, eventuálně po pokrytí předchozích ztrát. Jakýkoli nově vzniklý podnik, obvykle v prvních letech, veškerý svůj zisk nechá plynout zpět do podniku.

Za interní zdroje financování se mohou označit například odpisy, prostředky získané prodejem nevyužitých aktiv podniku nebo příjmy z nedobytných pohledávek (14).

### 2.8.2 Vnější zdroje financování

Vnější zdroje financování definujeme jako „*zdroje získané mimo vnitřní činnost podniku*“ (25). Nejčastějšími vnějšími zdroji financování mohou být:

- vklady vlastníků,
- emise obligací,
- dlouhodobé a střednědobé úvěry,
- krátkodobé úvěry,
- zvláštní formy financování (leasing, factoring a forfaiting),
- rizikový kapitál,
- dotace (25).

### 2.8.3 Dotace

„*Dotace jsou nenávratné zdroje financování*“ (14, s. 209). Jsou to nástroje ekonomiky, jejichž prostřednictvím stát nebo jiný územní celek se snaží napomáhat k prosazování svých záměrů. Dotace se člení na přímé a nepřímé (14).

#### 2.8.3.1 Přímé dotace

Představují příjem peněžních prostředků do podniku. Jedná se o:

- Cenové příplatky – zvyšují tržby podniku, lze je používat formou intervenčních cen u zemědělských produktů,

- Exportní prémie – vyrovnávají vývozcům rozdíl mezi cenou světových trhů a domácích trhů,
- Investiční dotace – cílem je podporovat aktivitu investorů, můžeme je stanovit buď procentem z nákladů, nebo absolutní částkou,
- Další přímé dotace – bývá u nich jasně vymezen účel jejich použití (14).

### **2.8.3.2 Nepřímé dotace**

Představují snížení výdajů v podniku. Jedná se o:

- Daňové úlevy – znamenají snížení nebo osvobození od placení daní (daň z příjmu),
- Bezúročné půjčky a půjčky se sníženou úrokovou sazbou – znamenají, když ze státního rozpočtu nebo jiného rozpočtu hradíme institucím, které poskytují úvěr, rozdíl mezi skutečnou a zvýhodněnou částkou úroků,
- Státní záruka úvěrů – dochází k čerpání rozpočtových prostředků až poté, co uplatní nárok věřitel na záruku úvěru,
- Bezplatné poradenství – poskytuje informace hlavně středním a malým podnikům (14).

### **2.8.4 Sponzoring**

Sponzoring je v dnešní době velice rozšířený. Je možné jej vidět například prostřednictvím televizních přenosů, kde je možnost vidět loga jednotlivých firem okolo hřiště a také na dresu hráčů a hráček (26).

Sponzoring tedy je možné chápat jako vložení finančních prostředků do konkrétní oblasti s cílem podpořit danou věc, svoji firmu (26).

Sport byl v minulosti převážně financován pouze z dotací od státu. V dnešní době už bohužel finanční příspěvky od státu nestačí, proto sportovní kluby vyhledávají finanční prostředky samy pomocí obchodních společností (26).

Sponzorskou činnost je možné rozdělit na:

- Mecenášství – opakující se podpora kultury, sportu, vědy a ostatních oblastí bez očekávané protislužby,
- Dárcovství – dárci stačí vědomí, že vědec, umělec nebo sportovec je schopný vykonávat svou činnost díky daru,
- Nadační činnost – jedná se o podporu z ušetřených vlastních zisků,
- Sponzorství – komunikační marketingová aktivita, kde sponzor za svou aktivitu očekává příslušnou protislužbu (26).

## **2.9 Basketbal**

Basketbal je velice emotivní kolektivní míčová hra. Na celkové ploše o rozměru 28x15 metrů se pohybuje 10 hráčů, kteří jsou spolu v neustálém fyzickém kontaktu. Hlavním cílem hry je se snažit dosáhnout co nejvíce bodů vhazováním míče do obroučky basketbalového koše a zamezit protihráčům, aby body získali.

### **2.9.1 Charakteristika vývojového období**

Pro náš podnikatelský záměr jsem si vybrala věkovou skupinu dětí od 7 – 14 let, kterou si nyní přiblížíme.

Vývoj každého jedince je ale velice individuální, je závislý na řadě vnitřních i vnějších vlivů prostředí. Ovšem každý jedinec prochází následujícími vývojovými obdobími:

- „*prenatální období – od početí do narození*“;
- „*novorozenecké období – prvních 6 týdnů života*“;
- „*kojenecké období – 6 týdnů až 1 rok*“;
- „*období batolete – 1 až 3 roky*“;
- „*období předškolního věku – 3 až 6 let*“;
- „*období mladšího a středního školního věku – 6 až 11 let*“;
- „*období staršího školního věku – 11 až 15 let*“;
- „*období adolescence – 15 až 20 (22) let*“;

- „*období dospělosti*“:
  - „*časná dospělost – 20 až 30 let*“,
  - „*střední dospělost – 30 až 45 let*“,
  - „*pozdní dospělost – 45 až 60 (65) let*“.
- „*stáří – přibližně po 65. roce*“.(27, s. 15)

V období mezi 6. – 12. rokem jsou dětské konativní projevy v prvních dvou letech nevyhraněné. Zájmy dětí v tomto věku jsou různorodé, počínaje vyšíváním, čtením knih přes běh a nespočet dalších sportovních či nesportovních aktivit. Mezi 9. – 12. rokem nabývá hra u dětí charakteru sportovního zaměření, mezi oblíbenou činnost patří i zakládání klubů, popř. vykonávání zájmových aktivit v rámci specializovaných zařízení pro mládež. Je proto velice důležité v tomto období přivést každé dítě k nějakému pohybu. (28)

## **3 ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU**

### **3.1 SWOT analýza**

Swot analýza je pro nově vznikající podnik velmi užitečná. Analyzujeme zde silné a slabé stránky, možné hrozby a příležitosti basketbalové letní školy.

#### **S (strenghts) – silné stránky**

- Osobní zkušenosti
- Kvalifikovaný personál
- Umístění v centru města
- Účast známých basketbalistů a basketbalistek
- Přátelské prostředí
- Nižší cena než u konkurence

#### **W (weaknesses) – slabé stránky**

- První ročník
- Nevybudované jméno v oboru

#### **O (opportunities) – příležitosti**

- Rozšíření o více termínů
- Možnost basketbalového růstu jednotlivých účastníků
- Získání povědomosti o basketbalové škole
- Účast basketbalisty, který hrál nejvyšší basketbalovou soutěž na světě (NBA)

#### **T (threats) – hrozby**

- Konkurence
- Ekonomické hrozby v podnikání



### 3.2 Analýza konkurence

Statutární město Olomouc je krajským městem Olomouckého kraje. Nachází se v srdci Moravy a působí zde plno basketbalových klubů – dívčí kluby OSK Olomouc a SK UP Olomouc, mužský tým Basketbal Olomouc a plno menších basketbalových klubů.

V dnešní době v Olomouci je pořádán pouze jeden basketbalový kemp, který pořádá klub Basketbal Olomouc. Jeho velkou nevýhodou je, že se kempu mohou zúčastnit pouze děti ve věku od 10-19 let a mladší děti se zúčastnit nemohou.

Tab. 2: Konkurenční kemp basketbalového klubu Basketbal Olomouc.

Datum	12. 7. – 17. 7. 2015
Místo	Sportovní hala UP Olomouc
Účastníci	děti ve věku 10-19 let
Cena	3.990,- Kč

(Zdroj: Vlastní zpracování)

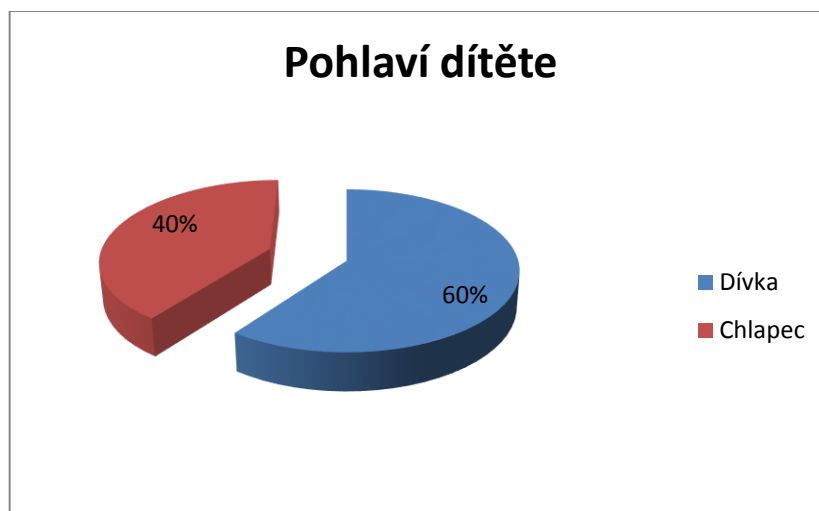
Po zhodnocení analýzy konkurence je zřejmé, že věková hranice dětí je příliš vysoká. Pro podnikatelský záměr na založení basketbalové letní školy bude nezbytné určit nižší věkovou hranici, tudíž nejlépe vyhovující věková hranice bude 7 – 14 let. Děti v tomto věkovém rozmezí jsou hravé a tvárné.

### 3.3 Průzkum trhu

Průzkum trhu, který byl zaměřen na zájem rodičů o účast dětí na basketbalové letní škole, byl vykonán prostřednictvím dotazníků. Dotazníky byly v papírové podobě rozdány do basketbalových klubů v Olomouci i okolí (Přerov, Šumperk a Prostějov). Celkem bylo rozdáno 128 ks dotazníků. Na tento dotazník odpovědělo celkem 95 respondentů. Dotazník byl určen rodičům dětí, kteří se již basketbalu věnují, ale i těm, kteří s basketbalem chtějí teprve začít. Dotazník zahrnuje celkem 8 otázek, které jsou velice důležité pro sestavení podnikatelského záměru.

### 3.3.1 Hodnocení dotazníku

Otázka č. 1: Pohlaví dítěte?

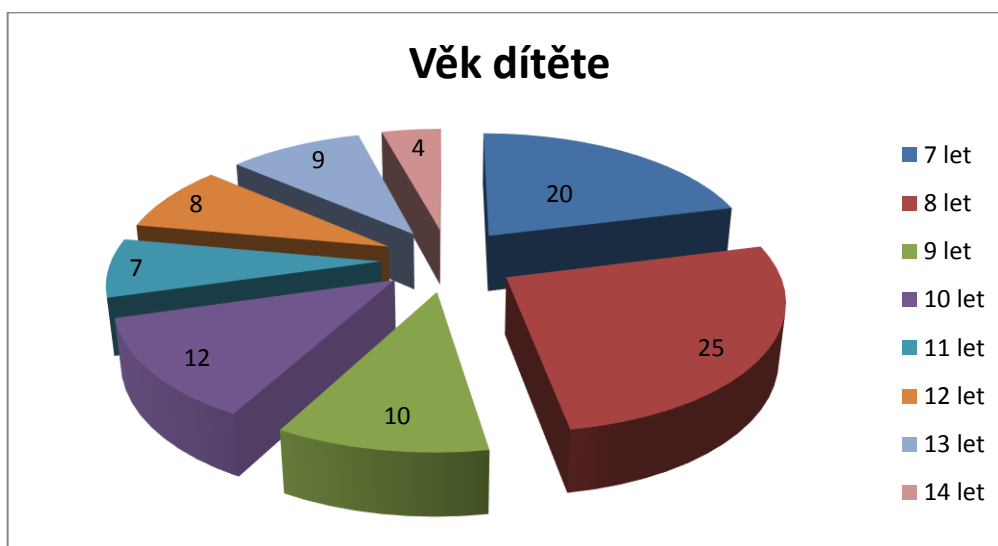


**Graf č. 1: Pohlaví dítěte**

(Zdroj: vlastní zpracování)

Z grafu vyplývá, že větší zájem o basketbalovou letní školu mají dívky v počtu 57. Chlapců je oproti dívkám trochu méně, a to v počtu 38. Bude tedy nutné při tvorbě basketbalové letní školy počítat s ubytováním dívek a chlapců zvlášť.

### Otázka č. 2: Věk dítěte?

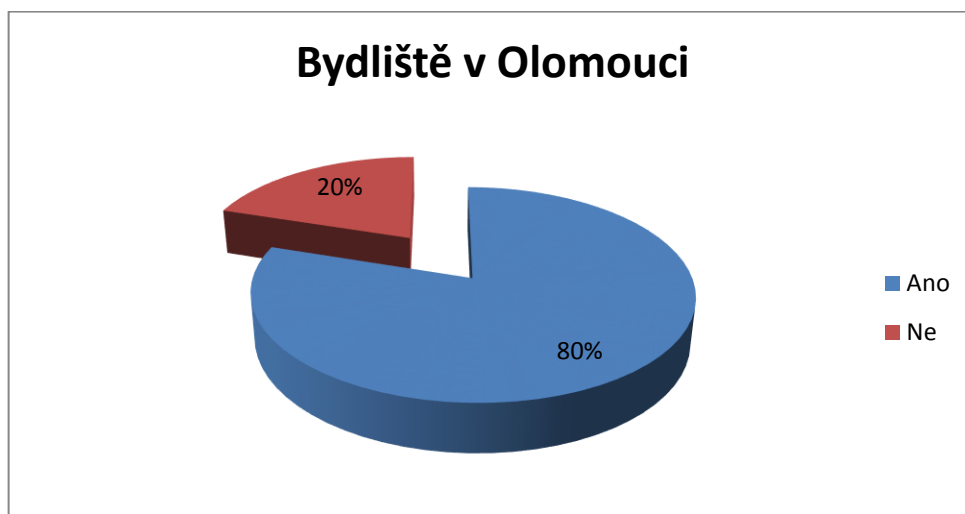


**Graf č. 2: Věk dítěte**

(Zdroj: vlastní zpracování)

Důležitým faktorem je věková hranice dětí. Nejvíce dětí bude ve věku 7 a 8 let. Děti v tomhle věku jsou velmi hravé a tvárné, což je velice vhodný věk pro basketbalovou školu. Zajisté děti v tomhle věku nejsou příliš fyzicky zdatné na velkou každodenní zátěž, tudíž bude nutné do programu zařadit aktivity ve formě zábavy.

Otázka č. 3: Bydlíte v Olomouci?

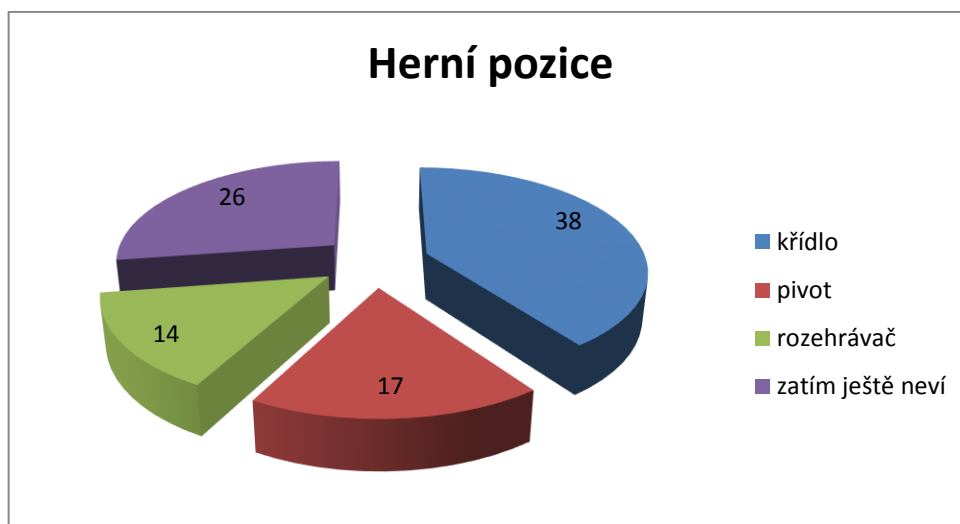


**Graf č. 3: Bydliště v Olomouci**

(Zdroj: vlastní zpracování)

Na tomto grafu vidíme, že 80% dětí bydlí v Olomouci a zbylá část 20% dětí žije v okolních vesnicích města Olomouce.

Otázka č. 4: Na jaké postu dítě hraje (popřípadě, kde se mu hraje nejlépe)?

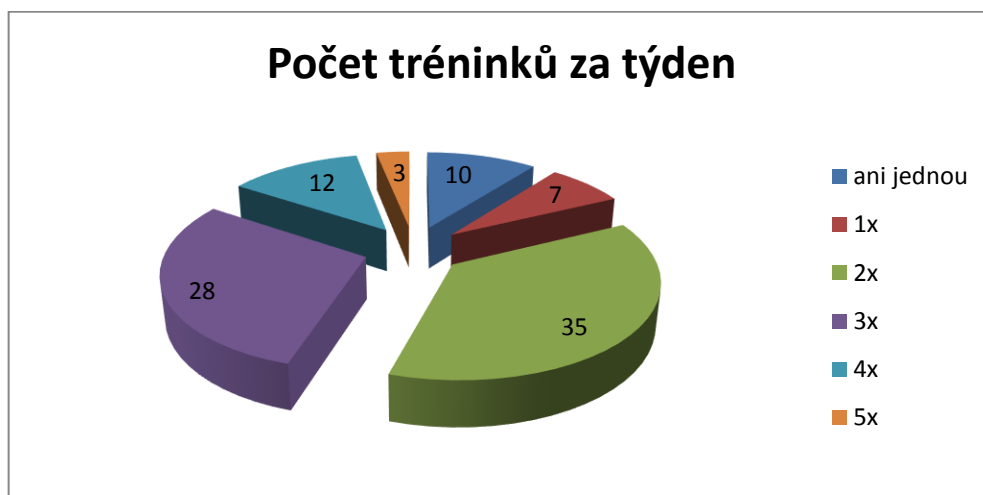


**Graf č. 4: Herní pozice**

(Zdroj: vlastní zpracování)

Dále bylo vhodné zjistit, na jakých herních pozicích se děti pohybují. Při tvorbě tréninkových jednotek se budeme s trenéry snažit rozdělit děti do skupin, jak podle věku, tak i podle herních pozic. Těchto tréninků nebude ale mnoho, jelikož děti v průběhu své kariéry několikrát změni své pozice.

Otázka č. 5: Kolikrát týdně dítě trénuje?

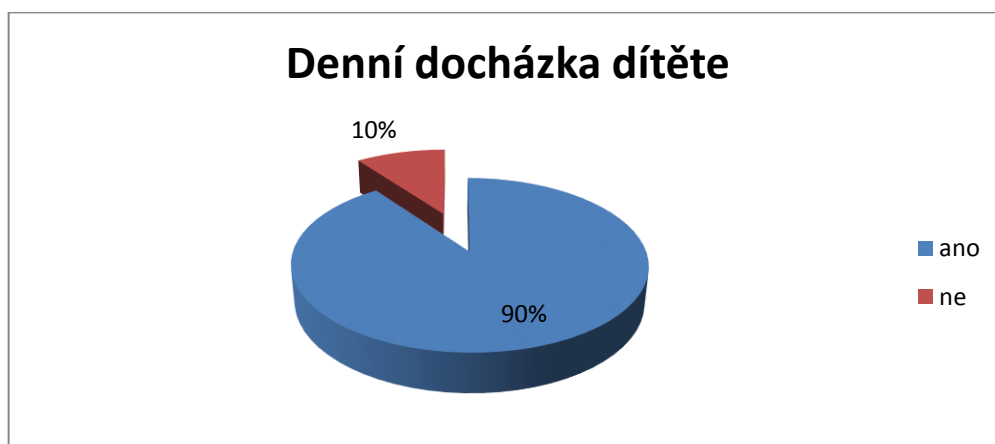


Graf č. 5: Počet tréninků za týden

(Zdroj: vlastní zpracování)

Důležité bylo také zjistit, kolikrát týdně dítě trénuje. Na grafu vidíme, že nejvíce dětí má tréninky dvakrát až třikrát týdně, což je vzhledem k jejich věku přiměřené. Jelikož je basketbalová letní škola určená pro děti ve věku 7 až 14 let, měl by být sport pro děti spíše koníčkem, tudíž tréninky by neměly obsahovat nějaký tvrdý drill.

Otázka č. 6: Preferujete pořádání letní školy formou denní docházky?

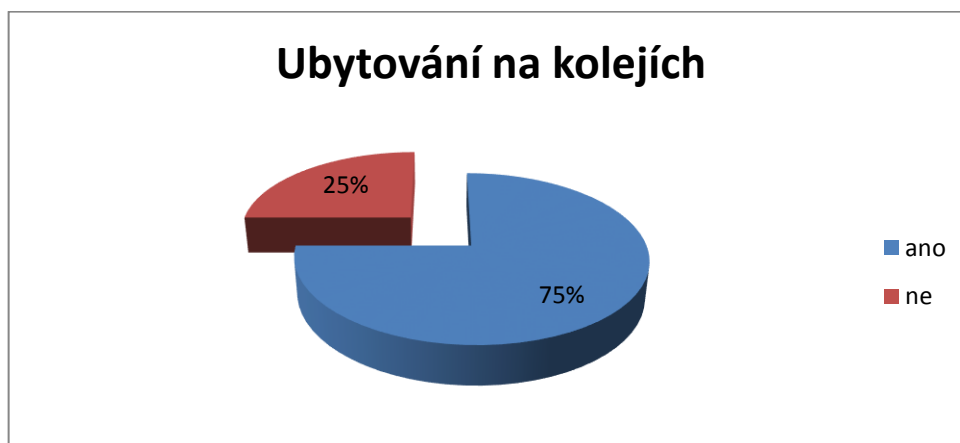


Graf č. 6: Denní docházka dítěte

(Zdroj: vlastní zpracování)

Z odpovědí vyplývá, že většina (90%) preferuje denní docházku dětí.

Otázka č. 7: Využili byste možnost ubytování na kolejích vedle haly pod vedením pedagoga?

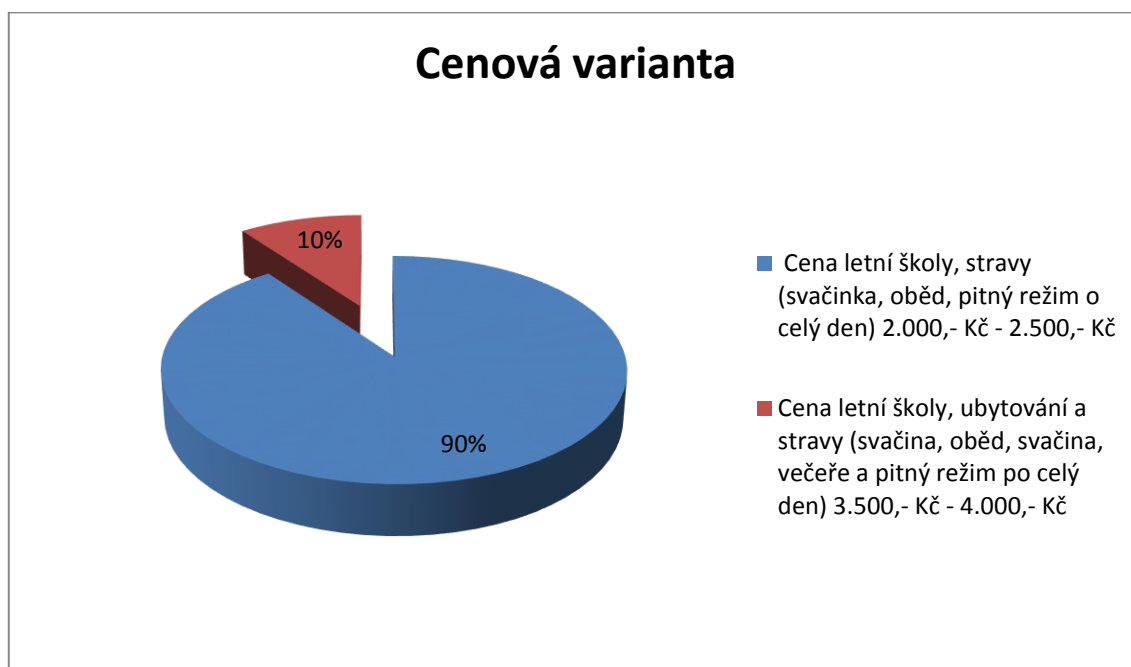


Graf č. 7: Ubytování na kolejích

(Zdroj: vlastní zpracování)

Z odpovědi vyplývá, že 75% lidí by preferovalo ubytování dětí na kolejích vedle sportovní haly. Znamenalo by to tedy i zajištění zkušeného pedagoga, který by hlídal děti po celou noc.

Otázka č. 8: Jakou variantu preferujete?



**Graf č. 8: Cenová varianta**

(Zdroj: vlastní zpracování)

Nejdůležitější je informace vyplývající z tohoto grafu. Většina rodičů odpověděla, že preferují variantu s denní docházkou za cenu 2.000,- Kč – 2.500,- Kč. Pouze 15 rodičů odpovědělo, že by preferovalo i ubytování. Basketbalová letní škola bude probíhat formou denní docházky dětí, kde budou mít stravu a program po celý den zajištěn.

## **4 VLASTNÍ NÁVRHY**

V následující části práce zpracuji vlastní návrhy řešení daného tématu. Návrhy řešení jsou založeny na informacích získaných v analytické části a také na poznatcích z části teoretické.

### **4.1 Organizační plán**

Jelikož založení basketbalové letní školy pro děti bude jen sezónní záležitostí, je nejvhodnější variantou k tomuto podnikatelskému plánu založení živnosti. Hlavním důvodem tohoto rozhodnutí je, že podnikatelský plán bude mít pouze jednoho zakladatele. Mezi další výhody patří zejména vedení daňové evidence namísto vedení účetnictví a možnost uplatnění výdajových paušálů. Jelikož podnikatelský plán nepřekročí obrat za 12 měsíců 1 000 000 Kč, nebude tedy živnostník plátcem DPH a ani se nestane dobrovolným plátcem DPH. Nevýhodou je naopak ručení celým svým majetkem.

Organizování sportovních činností patří do skupiny živnosti volné. K založení této živnosti stačí pouze doložit splnění všeobecných podmínek (plná svéprávnost, trestní bezúhonnost), donést vyplněný formulář na jakýkoliv živnostenský úřad a zaplatit správní poplatek ve výši 1 000 Kč.

Letní basketbalová škola bude provozována v Olomouci ve sportovní hale Univerzity Palackého. Hlavním organizátorem této akce bude Nicole Skrovná. Dále kromě založení živnosti bude potřeba zajištění alespoň 3 hlavních zkušených trenérů, kteří vlastní trenérskou licenci alespoň typu „C“. K těmto třem trenérům se každý den přidá 1-2 dobrovolní hráči z nejvyšší basketbalové soutěže, kteří předají své zkušenosti a budou inspirací pro děti.



## 4.2 Marketingový plán

Velice důležité, pro úspěšné založení a rozvoj podnikání, je vytvoření marketingového plánu. K jeho vytvoření je důležité sestavení vhodného marketingového mixu.

### 4.2.1 Produkt (product)

Co je hlavním produktem letní basketbalové školy? Jedná se o nehmotný produkt, tedy službu, kterou je účast na letní basketbalové škole. Konkrétně jde o organizování sportovní činnosti pro děti a mládež.

Věková hranice dětí a mládeže je stanovena na 7 – 14 let. Dle věku a výkonnosti jsou děti rozděleni do skupin po 10 – 12 členech, ke kterým je přidělen vždy 1 zkušený trenér a 1 – 2 extraligoví hráči.

#### 4.2.1.1 Vzorový týdenní program

Tab. 3: Pondělní program basketbalové letní školy.

<b>8:00</b>	<b>Sraz účastníků před halou</b>
<b>8:30 – 9:00</b>	Rozcvičení
<b>9:00 – 10:00</b>	První tréninková jednotka
<b>10:00 – 10:15</b>	Svačina
<b>10:15 – 12:00</b>	Venkovní aktivita – plážový fotbal
<b>12:00 – 12:30</b>	Oběd
<b>12:30 – 13:30</b>	Odpočinek
<b>13:30 – 14:30</b>	Beseda s extraligovými hráči – basketbalový tým Orli Prostějov
<b>14:30 – 15:00</b>	Teambuildingové hry
<b>15:00 – 15:30</b>	Svačina
<b>15:30 – 16:30</b>	Druhá tréninková jednotka
<b>16:30 – 17:30</b>	Basketbalové utkání
<b>17:30 – 18:00</b>	Protahování
<b>18:00</b>	Konec

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Tab. 4: Úterní program basketbalové letní školy.

<b>8:00</b>	<b>Sraz účastníků před halou</b>
<b>8:30 – 9:00</b>	Rozcvičení
<b>9:00 – 10:00</b>	První tréninková jednotka
<b>10:00 – 10:15</b>	Svačina
<b>10:15 – 12:00</b>	Venkovní aktivita – plážový volejbal
<b>12:00 – 12:30</b>	Oběd
<b>12:30 – 13:30</b>	Odpočinek
<b>13:30 – 14:30</b>	Beseda s extraligovými hráči – basketbalový tým KP Brno
<b>14:30 – 15:00</b>	Teambuildingové hry
<b>15:00 – 15:30</b>	Svačina
<b>15:30 – 16:30</b>	Druhá tréninková jednotka
<b>16:30 – 17:30</b>	Basketbalové utkání
<b>17:30 – 18:00</b>	Protahování
<b>18:00</b>	Konec

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Tab. 5: Středeční program basketbalové letní školy.

<b>8:00</b>	<b>Sraz účastníků před halou</b>
<b>8:30 – 9:00</b>	Rozcvičení
<b>9:00 – 10:00</b>	První tréninková jednotka
<b>10:00 – 10:15</b>	Svačina
<b>10:15 – 12:00</b>	Venkovní aktivita – ringo
<b>12:00 – 12:30</b>	Oběd
<b>12:30 – 13:30</b>	Odpočinek
<b>13:30 – 14:30</b>	Beseda s extraligovými hráči – basketbalový tým MMCITÉ Brno
<b>14:30 – 15:00</b>	Teambuildingové hry
<b>15:00 – 15:30</b>	Svačina
<b>15:30 – 16:30</b>	Druhá tréninková jednotka
<b>16:30 – 17:30</b>	Basketbalové utkání

<b>17:30 – 18:00</b>	Protahování
<b>18:00</b>	Konec

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Tab. 6: Čtvrteční program basketbalové letní školy.

<b>8:00</b>	<b>Sraz účastníků před halou</b>
<b>8:30 – 12:00</b>	Odchod do lanového centra PROUD
<b>12:00 – 12:30</b>	Oběd
<b>12:30 – 13:30</b>	Odpočinek
<b>13:30 – 14:30</b>	Beseda s extraligovými hráči – basketbalový tým MK Technic Brno
<b>14:30 – 15:00</b>	Teambuildingové hry
<b>15:00 – 15:30</b>	Svačina
<b>15:30 – 16:30</b>	Druhá tréninková jednotka
<b>16:30 – 17:30</b>	Basketbalové utkání
<b>17:30 – 18:00</b>	Protahování
<b>18:00</b>	Konec

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Tab. 7: Páteční program basketbalové letní školy.

<b>8:00</b>	<b>Sraz účastníků před halou</b>
<b>8:30 – 9:00</b>	Rozcvičení
<b>9:00 – 10:00</b>	První tréninková jednotka
<b>10:00 – 10:15</b>	Svačina
<b>10:15 – 12:00</b>	Venkovní aktivita – vodní fotbal
<b>12:00 – 12:30</b>	Oběd
<b>12:30 – 13:30</b>	Odpočinek
<b>13:30 – 14:30</b>	Beseda s extraligovými hráči – basketbalový tým BK Handicap Brno
<b>14:30 – 15:00</b>	Teambuildingové hry
<b>15:00 – 15:30</b>	Svačina

<b>15:30 – 16:15</b>	Druhá tréninková jednotka
<b>16:15 – 17:00</b>	Basketbalové utkání s rodiči
<b>17:00 – 18:00</b>	Závěrečné vyhlášení, předání cen
<b>18:00</b>	Konec

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Tabulky obsahují obecný týdenní program, který se může dle počasí změnit. V případě nepříznivého počasí budou venkovní aktivity probíhat uvnitř haly formou soutěží.

#### **4.2.1.2 Strava**

Strava bude dětem zajištěna v restauraci Sport Bar, která se nachází přímo v hale. V ceně je zahrnuta dopolední svačina, oběd a odpolední svačina. Pitný režim je zajištěn po celý den formou iontového nápoje a vody. Jídelníček bude sestaven odborníky na zdravou výživu pro sportující děti a mládež.

#### **4.2.2 Cena (price)**

Cena týdenní účasti v basketbalové letní škole je stanovena na 2 500 Kč/osobu. Oproti konkurenci je cena levnější o 1 499 Kč/osobu, to pro nás znamená velkou výhodu. Cena je nižší, protože se každý den budou na konání akce podílet 1-2 dobrovolníci a tím se ušetří mzdové náklady. Cena za osobu zahrnuje stravu 3x denně (svačina, oběd, svačina), pitný režim po celý den, trička a láhev na pití s logem, doprovodný a zábavný program.

#### **Storno poplatky**

Pro účast na basketbalové letní škole je třeba odevzdat závaznou přihlášku a uhradit příslušnou částku nejpozději 2 měsíce před zahájením turnusu. V případě neúčasti je nutné se včas písemnou formou včetně uvedení důvodu omluvit. V případě zrušení pobytu dítěte měsíc před zahájením daného turnusu nebude účtován žádný storno poplatek, v případě zrušení 3 – 2 týdny před zahájením daného turnusu bude účtován

storno poplatek ve výši 750 Kč a při pozdějším zrušení bude účtován storno poplatek ve výši 1 250 Kč.

#### **4.2.3 Místo (place)**

Pro pořádání letní basketbalové školy bylo vybráno město Olomouc. Olomouc byla vybrána proto, protože jsou zde 2 dívčí basketbalové kluby a 2 chlapecké basketbalové kluby. Tyto basketbalové kluby mají dohromady okolo 150 dětí ve věkové kategorii 7 – 14 let.

Místem konání bude sportovní hala Univerzity Palackého v Olomouci. Sportovní hala se nachází v centru města na adrese: U Sportovní haly 2a, 779 00 Olomouc. Ke sportovní hale je možné přijet autem, dojít pěšky (8 minut chůze z Náměstí Hrdinů) nebo využít městské hromadné dopravy (autobus č. 17,21,22 a 52 zastávka Finanční úřad).



Obr. 5: Sportovní hala UP Olomouc.

(Zdroj: <http://www.kultura.cz/profile/4191-sportovni-hala-up-olomouc>)

#### **4.2.4 Propagace (promotion)**

V prvním roce podnikání je důležité zvolit správnou a efektivní formu propagace tak, aby se o novém plánu dozvědělo co nejvíce lidí.

Propagaci je nutné zahájit již v zimním období. Cílem bude informovat děti a jejich rodiče z okolního bydliště (Olomouc, Prostějov, Přerov, Šumperk).

Jako propagační materiály budou rozdány letáčky do sportovních klubů a škol z blízkého okolí (viz. příloha č. 1). Dále pak bude vytvořena stránka na sociální síti Facebook, která funguje jako bezplatná a velmi účinná forma propagace. Stránku rozešlu mezi své všechny basketbalové přátele, kteří stránku doporučí dále.

### **4.3 Sponzoring**

Jelikož se jedná o první ročník basketbalové letní školy nemůžeme počítat s příspěvky od sponzorů. Naším cílem bude v příštích letech oslovit sponzory – např. basketbalový klub SK UP Olomouc, společnosti zabývající se výrobou a prodejem basketbalového oblečení a sportovních doplňků. Sponzorům bychom nabídli umístění reklamy na hale a možnost prodeje zboží během pořádání letní basketbalové školy.

### **4.4 Finanční plán**

#### **4.4.1 Kalkulace**

Před začátkem pořádání akce je nutné sestavení kalkulace a předběžného rozpočtu. Sestavení kalkulace poskytne předběžný odhad o výnosech, které by měla samotná akce přinést a o nákladech, které vzniknou při plánování a organizaci basketbalové letní školy.

#### **4.4.2 Předběžná kalkulace**

V předběžné kalkulaci se počítá s účastí 30 dětí, což je ideální počet pro 3-4 trenéry.

#### **Náklady**

Mezi náklady patří:

- Pronájem basketbalové haly a venkovního areálu
- Strava a pitný režim
- Dárkové předměty (trička, láhve na vodu, diplomy a sladkosti)
- Mzdy trenérů
- Tisk propagačního materiálu

- Návštěva lanového centra PROUD
- Pojištění
- Administrativa
- Náklady na založení živnosti

### **Rozpočet**

- Pronájem sportovní haly a venkovního areálu (1500 Kč/den) = 7 500 Kč
- Strava 30 osob x 120 Kč/osoba/den x 5 dní = 18 000 Kč
- Pitný režim (cena iontového nápoje 300 Kč/700 g; na 2 l vody = 40 g, potřebujeme 6 000 g) = 2 700 Kč
- Trička 30 osob x 50 Kč/ks = 1 500 Kč
- Láhve na vodu 30 osob x 40 Kč/ks = 1 200 Kč
- Diplomy 30 osob x 5 Kč/ks = 150 Kč
- Sladkosti 30 osob x 30 Kč/osoba = 900 Kč
- Propagační letáky 100 ks x 2 Kč/ks = 200 Kč
- Lanové centrum 30 osob x 250 Kč/osoba = 7 500 Kč  
(včetně vstupu do dětské části)
- Pojištění 30 osob x 6 Kč/den x 5 dní = 900 Kč
- Administrativní práce = 1 000 Kč
- Ostatní výdaje = 3 000 Kč
- Náklady na založení živnosti = 1 000 Kč

### **Náklady na trenéry:**

- Strava 3 trenéři x 120 Kč/osoba/den \* 5 dní = 1 800 Kč
- Mzdy 3 trenéři x 100 Kč/hod x 10 hod/den = 15 000 Kč
- Pitný režim (80 g/2 l nápoje, 3 trenéři/4,5 l denně) = 518 Kč
- Lanové centrum 3 trenéři x 250 Kč = 750 Kč
- Pojištění 3 trenéři x 6 Kč/den x 5 dní = 90 Kč

**Náklady celkem na trenéry: = 18 158 Kč**

náklady na trenéry budou rozúčtovány mezi děti (18 158 Kč/30 dětí) = 605,3 Kč

Tab. 8: Podíl nákladů na osobu při účasti 30 dětí.

<b>Druh nákladu</b>	<b>Podíl nákladů na osobu</b>	<b>Cena celkem při účasti 30 dětí</b>
<b>Strava</b>	600 Kč	18 000 Kč
<b>Pitný režim</b>	90 Kč	2 700 Kč
<b>Trička</b>	50 Kč	1 500 Kč
<b>Láhve na vodu</b>	40 Kč	1 200 Kč
<b>Diplomy</b>	5 Kč	150 Kč
<b>Sladkosti</b>	30 Kč	900 Kč
<b>Propagační letáky</b>	6,7 Kč	200 Kč
<b>Lanové centrum</b>	250 Kč	7 500 Kč
<b>Pojištění</b>	30 Kč	900 Kč
<b>Náklady na založení živnosti</b>	33,3 Kč	1 000 Kč
<b>Administrativa</b>	33,3 Kč	1 000 Kč
<b>Ostatní náklady</b>	100 Kč	3 000 Kč
<b>Náklady za pronájem</b>	250 Kč	7 500 Kč
<b>Náklady na 3 trenéry</b>	605,3 Kč	18 158 Kč
<b>CELKEM</b>	2 123,6 Kč	63 708 Kč

(Zdroj: vlastní zpracování)

Cena basketbalové letní školy byla stanovena na 2 500 Kč/osoba. Při účasti 30 dětí je zisk z jednoho účastníka 376,4 Kč.

Celková výše nákladů při počtu 30 dětí činí 63 708 Kč a celková výše příjmů činí 75 000 Kč při ceně 2 500 Kč/osoba.



Tab. 9: Fixní a variabilní náklady.

<b>Fixní náklady</b>	<b>Variabilní náklady</b>
Pronájem	Strava
Administrativa	Pitný režim
Ostatní náklady	Trička
Propagační materiály	Láhve na vodu
Náklady na založení živnosti	Diplomy
	Sladkosti
	Lanové centrum
	Pojištění
	Náklady na trenéry

(Zdroj: vlastní zpracování)

Tab. 10: Bod zvratu.

<b>Ukazatel</b>	<b>Objem tržeb v Kč</b>					
<b>Počet dětí</b>	10	15	15,88	20	25	30
<b>tržby</b>	25 000	37 500	39 688	50 000	62 500	75 000
<b>Variabilní náklady</b>	17 003	25 504	26 988	34 005	42 507	51 008
<b>Fixní náklady</b>	12 700	12 700	12 700	12 700	12 700	12 700
<b>Celkové náklady</b>	29 703	38 204	39 688	46 705	55 207	63 708
<b>Zisk/ztráta</b>	-4 703	-704	0	3 295	7 293	11 292

(Zdroj: vlastní zpracování)

Bod zvratu nastává při počtu 15,88 dětí s cenou 2 500 Kč/dítě. Zisku je možné dosáhnout již při počtu 16 dětí. Při dalších letech pořádání se počítá s nárůstem počtu dětí a s tím i související nárůst zisku, ale také nákladů. Maximální kapacita basketbalové haly je 1 500 osob. V hale může současně na dvou hřištích hrát dohromady až 50 hráčů.

## 4.5 Plány do budoucnosti

V prvním roce pořádání se počítá pouze s jedním týdenním turnusem z důvodu pořádání prvního ročníku basketbalové školy. Cílem prvního ročníku je zaujmout účastníky letní basketbalové školy natolik, aby se v dalších letech vraceli a doporučovali ji svým kamarádům a vrstevníkům.

V dalším roce podnikání se plánuje s dvěma týdenními turnusy, první turnus v měsíci červenci a druhý turnus v měsíci srpnu.

Tab. 11: Rozpočet na příští rok pořádání.

<b>Náklady za pronájem</b>	1500 * 10	15 000 Kč
<b>Strava</b>	(25 osob * 120Kč/osoba/den*5dní)*2	30 000 Kč
<b>Pitný režim</b>	cena iontového nápoje 300 Kč/700 g; na 2 l vody = 40 g, potřebujeme 12 000 g	5 100 Kč
<b>Trička</b>	50*50	2 500 Kč
<b>Láhve na vodu</b>	50*40	2 000 Kč
<b>Diplomy</b>	50*5 Kč/ks	250 Kč
<b>Sladkosti</b>	50*30Kč/osoba	1 500 Kč
<b>Propagační letáky</b>	100*2Kč/ks	200 Kč
<b>Aktivita (lanové centrum, bazén apod.)</b>	50*300	15 000 Kč
<b>Pojištění</b>	(25*6Kč/den+5dní)*2	1 500 Kč
<b>Administrativní práce</b>	1000*2	2 000 Kč
<b>Ostatní výdaje</b>	3000*2	6 000 Kč
<b>Náklady na trenéry</b>		36 616 Kč
<b>NÁKLADY CELKEM</b>		117 666 Kč

(Zdroj: vlastní zpracování)

Náklady na trenéry činí:

- Strava (3 trenéři x 120 Kč/osoba/den \* 5 dní) \* 2 = 3 600 Kč
- Pitný režim (80 g/2 l nápoje, 3 trenéři/4,5 l denně) \* 2 = 1 036 Kč
- Mzdy (3 trenéři x 100 Kč/hod x 10 hod/den) \* 2 = 30 000 Kč

- Aktivita (3x300) \* 2 = 1 800 Kč
- Pojištění (3 trenéři x 6 Kč/den x 5 dní) \* 2 = 180 Kč

**Náklady na trenéry celkem = 36 616 Kč**

V příštím roce pořádání se počítá s celkovou účastí 50 dětí. Protože se jedná o druhý rok pořádání cena bude stanovena na 2 700 Kč/osobu/týden.

Tab. 12: Ziskovost pořádání.

<b>Položka</b>	<b>Výpočet</b>	<b>Cena</b>
<b>Tržby</b>	2 700*50	135 000 Kč
<b>Sponzorské dary</b>		20 000 Kč
<b>Náklady celkem</b>		117 666 Kč
<b>Zisk/ztráta</b>		<b>37 334 Kč</b>

(Zdroj: vlastní zpracování)

Z následující tabulky vyplývá, že při účasti 50 dětí bude v příštím roce dosaženo zisku ve výši 37 334 Kč. Jelikož se jedná o druhý ročník, je počítáno i s případnými sponzorskými dary ve výši 20 000 Kč.

Plánem do budoucna je rozšířit během 3 let letní basketbalovou školu po celé letní prázdniny (měsíc červenec a srpen). Proto bude největší snahou zaujmout účastníky natolik, aby se podvědomí o letní škole rozšířilo co nejvíce mezi širokou veřejnost. Toto rozšíření pomůže při hledání sponzorů a finanční pomoci.

#### 4.6 Hodnocení rizik

Během podnikatelské činnosti může vznikat několik rizik. Některá rizika dokáže podnikatel ovlivnit, některým předcházet a některým se i přizpůsobit. Podnikatelského záměru na založení letní basketbalové školy se nejvíce týkají tyto rizika:

- Riziko nedostatečného počtu zájemců
- Riziko nedostatečných finančních prostředků
- Riziko konkurence
- Riziko nevhodně stanovené ceny
- Riziko úrazu a nemoci dětí
- Riziko živelných katastrof

Pro určení úrovně rizika byly využity dva aspekty hodnocení, a to závažnost rizika a pravděpodobnost výskytu rizik. Pro tyto jednotlivé aspekty byla určena stupnice od 1 do 5. Význam stupnice je následující:

1. Nepatrná pravděpodobnost výskytu/nepatrná závažnost
2. Malá pravděpodobnost výskytu/malá závažnost
3. Střední pravděpodobnost výskytu/střední závažnost
4. Značná pravděpodobnost výskytu/méně kritická závažnost
5. Vysoká pravděpodobnost výskytu/kritická závažnost

Tab. 13: Hodnocení rizik.

<b>Riziko</b>	<b>Hodnocení</b>	<b>Následky rizika</b>	<b>Možnost eliminace rizika</b>
<b>Nedostatečný počet zájemců</b>	5	Nedostatečný počet účastníků	Dobře zvolený marketing, reklama
<b>Nedostatečné finanční prostředky</b>	4	Nerealizace podnikatelského záměru	Využití financování z cizích zdrojů
<b>Riziko konkurence</b>	4	Pokles účastníků	Nabídka nových aktivit
<b>Nevhodně stanovená cena</b>	4	Nenaplnění očekávané kapacity	Pečlivý propočet ceny
<b>Riziko úrazu a nemoci dětí</b>	3	Smutné děti, konec účasti	Pojištění
<b>Riziko živelných pohrom</b>	3	Nevyužití venkovních aktivit	Pojištění

(Zdroj: Vlastní zpracování)

## ZÁVĚR

Cílem bakalářské práce bylo vytvoření podnikatelského plánu na pořádání letní basketbalové školy pro děti ve věku 7 - 14 let. Návrh vychází z teoretických poznatků zaměřených na založení a realizaci zvolené podnikatelské činnosti a analýz trhu.

Pro zjištění příležitostí a hrozeb byla použita SWOT analýza. Na základě současného stavu konkurence jsem zjistila, že největší hrozbou bude kemp basketbalového klubu Basket Olomouc. Oproti konkurenci má basketbalová letní škola výhodu v tom, že trenéři budou extraligoví hráči, nižší cena a také tričko a láhev na pití s logem pro každého účastníka. K založení podnikatelského záměru musí mít provozovatel živnostenské oprávnění (živnost volná) na organizování sportovní činnosti. K založení této živnosti stačí pouze splnění všeobecných podmínek, vyplnění formuláře a zaplacení správního poplatku 1 000 Kč na jakémkoliv živnostenském úřadě.

Při plánovaném počtu 30 dětí je potřeba mít alespoň 3 trenéry, kteří mají zkušenosti s vedením dětí a trénováním, ke kterým se každý den přidají dobrovolně 1 – 2 extraligoví hráči/hráčky z různých basketbalových klubů. Letní basketbalová škola by měla nabízet rozmanité sportovní aktivity, které nebudou zaměřeny pouze na hlavní činnost (basketbal).

Vzhledem ke všem provedeným analýzám, rozpočtům a kalkulacím bylo zjištěno, že letní basketbalovou školu je možné zrealizovat. Na základě výsledků dotazníkového šetření, které proběhlo jsem zjistila, že o letní sportovní aktivity dětí je velký zájem. Cena týdenní letní školy dle kalkulace je stanovena na 2 500 Kč/osoba. V porovnání s konkurencí je cena levnější o 1 490 Kč, protože na rozdíl od konkurence se budou na pořádání letní basketbalové školy účastnit každý den dobrovolníci (extraligoví hráči) v trénování dětí. Jsou to mí velice dobří kamarádi již několik let, takže nabídka pomoci a navíc k tomu předat i zkušenosti mladým lidem pro ně je radostí. Náklady na mzdy trenérů budou oproti konkurenci menší. V prvním roce pořádání se počítá s jedním týdenním turnusem a nižší cenou z důvodu začínajícího podnikání. V dalším roce podnikání se počítá se dvěma týdenními turnusy, první turnus v měsíci červenci a druhý

turnus v měsíci srpnu. Plánem do budoucnosti je během 3 let rozšířit basketbalovou letní školu přes celé letní prázdniny.

## SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- 1) BIŇOVEC, Karel. *Přehled učiva k maturitní zkoušce z ekonomiky*. Praha: Fortuna, 2001. ISBN 80-716-8747-2.
- 2) Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník
- 3) Zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník
- 4) ŠIMAN, J. a P. PETERA. *Financování podnikatelských subjektů. Teorie pro praxi*. Praha: C. H. Beck, 2010. 192 s. ISBN 978-80-7400-117-8.
- 5) IPODNIKATEL. *Právní formy podnikání pro fyzické a právnické osoby*. [online]. ©2011-2014 [cit. 2016-11-07]. Dostupné z: <http://www.ipodnikatel.cz/Zahajeni-podnikani/pravni-formy-podnikani-pro-fyzicke-a-pravnicke-osoby.html>
- 6) BUSINESSCENTER. *Všeobecné podmínky provozování živnosti*. [online]. ©1998-2015 [cit. 2016-11-07]. Dostupné z: <http://business.center.cz/business/pojmy/p857-vseobecne-podminky-provozovani-zivnosti.aspx>
- 7) PENÍZE.CZ. *Začínáme podnikat fyzická nebo právnická osoba*. [online]. ©2000-2015 [cit. 2016-11-07]. Dostupné z: <http://www.penize.cz/podnikani/225028-zaciname-podnikat-fyzicka-nebo-pravnicka-osoba>
- 8) Zákon č. 90/2012 Sb., o obchodních korporacích
- 9) BUSINESSCENTER. *Kapitálová společnost*. [online]. ©1998-2015 [cit. 2016-11-27]. Dostupné z: <http://business.center.cz/business/pojmy/p1292-kapitalova-spolecnost.aspx>
- 10) SOUKUPOVÁ, V. a D. STRACHOTOVÁ. *Podniková ekonomika*. Praha: VŠCHT, 2005. ISBN 978-80-7080-575-7.
- 11) KORÁB, Vojtěch. *Podnikatelský plán*. Brno: Computer Press, 2007. ISBN 978-80-251-1605-0.
- 12) FOTR, Jiří. *Podnikatelský plán a investiční rozhodování*. Praha: Grada, 1999. ISBN 978-80-716-9812-1.
- 13) SRPOVÁ, J. a I. SVOBODOVÁ. *Podnikatelský plán a strategie*. Praha: Grada Publishing, 2011. ISBN 978-80-247-4103-1.
- 14) KORÁB, V. a M. MIHALSKO. *Založení a řízení společnosti*. Brno: Computer Press, 2005. ISBN 80-251-0592-X.

- 15) KEŘKOVSKÝ, M. a O. VYKYPĚL. *Strategické řízení: teorie pro praxi*. Praha: C.H. Beck, 2006. ISBN 80-717-9453-8.
- 16) KOŠŤAN, Pavol. *Firemní strategie: plánování a realizace*. Praha: Computer Press, 2002. ISBN 80-722-6657-8.
- 17) BUSINESSVIZE. *Porterova analýza 5 sil vám prozradí, co ovlivní váš business*. [online]. ©2010-2011 [cit. 2016-12-02]. Dostupné z: <http://www.businessvize.cz/planovani/porterova-analyza-5-sil-vam-prozradi-co-ovlivni-vas-business>.
- 18) KAŇOVSKÁ, Lucie. *Základy marketingu: pro střední školy a pro veřejnost*. Brno: Akademické nakladatelství CERM, 2009. ISBN 978-80-214-3838-5.
- 19) KOTLER, Philip. *Marketing podle Kotlera: Jak vytvářet a ovládnout nové trhy*. Praha: Management Press, 2000. ISBN 80-726-1010-4.
- 20) CONTENTMARKETINGINSTITUTE. *What is content marketing?* [online]. ©2007-2015 [cit. 2016-12-02]. Dostupné z: <http://contentmarketinginstitute.com/what-is-content-marketing/>.
- 21) DOLEŽAL, J., P. MÁCHAL a B. LACKO. *Projektový management podle IPMA*. 2. aktual. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2012. ISBN 978-80-247-4275-5.
- 22) HISRIC, R. D.; M. P. PETERS. *Založení a řízení nového podniku*. Praha: Victoria Publishing, 1996. ISBN 80-858-6507-6.
- 23) HRDÝ, M. a M. KRECHOVSKÁ. *Podnikové finance v teorii a praxi*. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2013. ISBN 978-807478-011-0.
- 24) KALOUDA, F. *Finanční řízení podniku*. 2. rozš. vyd. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2011. ISBN 978-80-7380-315-5.
- 25) VALACH, J. a kol. *Finanční řízení podniku*. Praha: Ekopres, 1997. ISBN 80-901991-6-X.
- 26) DVOŘÁKOVÁ, Š. *Sportovní marketing*. Brno: Masarykova univerzita, 2005. ISBN 80-210-3901-9.
- 27) ČECHOVÁ, V., A. MELLANOVÁ a H. KUČEROVÁ. *Psychologie a pedagogika II*. Praha: Informatorium, 2004. ISBN 80-7333-028-8.
- 28) ČAČKA, O. *Psychologie duševního vývoje dětí a dospívajících s faktory optimalizace*. Brno: Doplněk, 2000. ISBN 80-7239-060-0.



- 29) SYNEK, M., H. SEDLÁČKOVÁ a H. VÁVROVÁ. *Jak psát bakalářské, diplomové, doktorské a jiné písemné práce*. 2. přepracované vyd. Praha: Oeconomica, 2007. ISBN 978-80-245-1212-9.
- 30) PODNIKATOR. *Co znamená pojem podnikatel a podnik*. [online]. ©2012 [cit. 2017-01-14]. Dostupné z: <http://www.podnikator.cz/zacatek-podnikani/podnikani-obecne/n:16973/Co%20znamena-pojem-podnikatel-a-podnik>.
- 31) KOURDI, Jeremy. *Podniková strategie: průvodce rozvojem vašeho byznysu*. vyd. 1. Brno: Computer Press, 2011. ISBN 978-80-251-2725-4.
- 32) VEBER, J. *Management: základy, prosperita, globalizace*. Praha: Management Press, 2000. ISBN 80-726-1029-5.
- 33) PODNIKATOR. *Analýza prostředí příležitosti a hrozby*. [online]. ©2012 [cit. 2017-01-14]. Dostupné z: <http://www.podnikator.cz/provoz-firmy/management/rizenipodniku/n:16818/Analyza-prostredi-prilezitosti-a-hrozby>.
- 34) SURVIO. *Slovník pojmu*. [online]. ©2017 [cit. 2017-01-14]. Dostupné z : <http://www.survio.com/cs/slovníkpojmu>.

## SEZNAM TABULEK

Tab. 1: Analýza PESTLE.	21
Tab. 2: Konkurenční kemp basketbalového kubu Basketbal Olomouc.	33
Tab. 3: Pondělní program basketbalové letní školy.	41
Tab. 4: Úterní program basketbalové letní školy.	42
Tab. 5: Středeční program basketbalové letní školy.	42
Tab. 6: Čtvrteční program basketbalové letní školy.	43
Tab. 7: Páteční program basketbalové letní školy.	43
Tab. 8: Podíl nákladů na osobu při účasti 30 dětí.	48
Tab. 9: Fixní a variabilní náklady.	49
Tab. 10: Bod zvratu.	49
Tab. 11: Rozpočet na příští rok pořádání.	50
Tab. 12: Ziskovost pořádání.	51
Tab. 13: Hodnocení rizik.	52

## SEZNAM GRAFŮ

Graf č. 1: Pohlaví dítěte	34
Graf č. 2: Věk dítěte	35
Graf č. 3: Bydliště v Olomouci	36
Graf č. 4: Herní pozice	36
Graf č. 5: Počet tréninků za týden	37
Graf č. 6: Denní docházka dítěte	38
Graf č. 7: Ubytování na kolejích	38
Graf č. 8: Cenová varianta	39

## **SEZNAM OBRÁZKŮ**

<b>Obr. 1: Porovnání forem podnikání.</b>	<b>15</b>
<b>Obr. 2: Porterova analýza 5 sil.</b>	<b>23</b>
<b>Obr. 3: Model 4P.</b>	<b>24</b>
<b>Obr. 4: Bod zvratu.</b>	<b>26</b>
<b>Obr. 5: Sportovní hala UP Olomouc.</b>	<b>45</b>

## **SEZNAM PŘÍLOH**

<b>Příloha č. 1: Informační leták.</b>	<b>I</b>
<b>Příloha č. 2: Informace pro rodiče.</b>	<b>II</b>
<b>Příloha č. 3: Přihláška dítěte.</b>	<b>III</b>
<b>Příloha č. 4: Prohlášení zákonných zástupců</b>	<b>IV</b>
<b>Příloha č. 5: Dotazník.</b>	<b>V</b>



# Příměstská basketbalová škola

**KDE:** Sportovní hala UP Olomouc  
**KDY:** 24. 7.- 28. 7. 2017  
**KAŽDÝ DEN 8.00 – 18.00**

**PRO DĚTI OD 7 DO 14 LET**

**CENA: 2 500 Kč**

**REZERVACE:** skrovna.nicole@seznam.cz  
**TEL.:** 731 771 773

Cena zahrnuje: stravu a pitný režim po celý den, doprovodný program, tričko s logem, doprovodný a zábavný program

**Basketbalová letní škola v Olomouci pro děti ve věku od 7 let do 14 let  
24. 7. 2017 – 28. 7. 2017**

Pořadatel: Nicole Skrovná

Místo: Sportovní hala Univerzity Palackého Olomouc

**Datum:** 24. 7. 2017 – 28. 7. 2017

Program kempu: Týdenní basketbalová škola pro děti ve věku 7 – 14 let, program zajištěn po celou dobu, doprovodný program zajištěn

Jídlo: Každý den je připravena zdravá a pestrá strava pro děti, pitný režim zajištěn.

S sebou: Sportovní obuv na venkovní i vnitřní hřiště, sportovní oblečení, plavky, ručník, hygiena, průkaz pojištění.

**Sraz:** pondělí 24. 7. 2017 v 8:00 u vrátnice sportovní haly UP  
**Olomouc**

Přihlášky: na tel.: 731 771 773, e-mail: skrovna.nicole@seznam.cz

**Cena:** 2 500 Kč/osoba

Cena zahrnuje: Stravu, pitný režim, návštěvu lanového centra PROUD, trika, láhve na vodu a doprovodný program.

Více informací: Možné po telefonickém kontaktu nebo pomocí emailu.



## Basketbalová letní škola pro děti

### **Přihláška na příměstskou basketbalovou letní školu pro děti ve věku 7 – 14 let.**

Místo: Sportovní hala Univerzity Palackého Olomouc  
Termín: 24.7.2017 – 28.7.2017  
Jméno a příjmení: .....  
Rodné číslo: .....  
Adresa bydliště: .....  
Zdravotní pojišťovna: .....  
Kontakt na rodiče: .....  
E-mail: .....

---

Zvláštní opatrnost při: (zde uveďte případná zdravotní omezení – například alergie apod.)

.....  
.....

**Lékařské potvrzení není v případě denní docházky nutné!**

.....

Podpis zákonného zástupce



## Prohlášení zákonných zástupců dítěte

(odevzdá dítě v den nástupu)

Prohlašuji, že ošetřující lékař nenařídil dítěti:  
.....

Bytem: ..... změnu režimu, dítě nejeví známky akutního onemocnění (průjem, teplota apod.) a okresní hygienik ani ošetřující lékař mu nenařídil karanténní opatření. Není mi též známo, že by v posledních dvou týdnech přišlo toto dítě do styku s osobami, které onemocněly přenosnou chorobou.

Dítě je schopno účastnit se letní basketbalové školy od **24.7.2017** do **28.7.2017**.

Jsem si vědom/a právních následků, které by mě postihly, kdyby toto mé prohlášení bylo nepravdivé.

Škody, které způsobí moje dítě v době trvání basketbalové letní školy, se zavazují uhradit v plné výši a svým podpisem stvrzuji, že souhlasím s tím, že údaje o osobě uvedené na přihlášce může pořadatel uložit ve své databázi a případně je využít pro potřeby lékařského ošetření. Fotografie pořízené během letní školy mohou být vyvěšeny na veřejně přístupných místech (www stránky, sociální sítě apod.), případně zaslány do médií.

*Poznámka: za cenné věci (mobilní telefony, tablety, peníze ...), které bude mít dítě s sebou neručíme!*

**V Olomouci dne ..... Podpis zákonných zástupců .....**

## **Basketbalová letní škola pro děti**

Dobrý den, mé jméno je Nicole Skrovná a jsem studentkou 3. ročníku bakalářského studia na Vysokém učení technickém – obor účetnictví a daně. Součástí mé bakalářské práce je zpracování podnikatelského záměru na založení basketbalové letní školy pro děti ve věku od 7-14 let v Olomouci. Tato anketa bude sloužit k potencionálnímu zájmu rodičů o tuto letní aktivitu.

Dotazník je zcela anonymní a poskytnuté informace budou použity pouze pro potřeby mé bakalářské práce. Za vyplnění dotazníku Vám předem mockrát děkuji.

### 1) Pohlaví dítěte

- Dívka
- Chlapec

### 2) Věk dítěte

- 7
- 8
- 9
- 10
- 11
- 12
- 13
- 14

### 3) Bydlíte v Olomouci?

- ano
- ne (uved'te město/vesnici)

4) Na jakém postu dítě hraje (popřípadě, kde se mu hraje nejlépe)?

- rozehrávač
- křídlo
- pivot
- zatím ještě neví

5) Kolikrát týdně dítě trénuje?

- ani jednou
- 1x
- 2x
- 3x
- 4x
- 5x

6) Preferujete pořádání letní školy formou denní docházky?

- ano
- ne

7) Využili byste možnost ubytování na kolejích vedle haly pod vedením pedagoga?

- ano
- ne

8) Jakou variantu preferujete?

- Cena letní školy, stravy (svačinka, oběd, pitný režim o celý den)  
2.000,- Kč – 2.500,- Kč
- Cena letní školy, ubytování a stravy (svačina, oběd, svačina, večeře a  
pitný režim po celý den)  
3.500,- Kč – 4.000,- Kč